PASSO A PASSO

No.35 AGOSTO 1998 MICRO-EMPRESAS

Ninguém quer comprar os nossos produtos...

Rose Collins

MUITAS PESSOAS sonham com novas maneiras de ganhar um sustento ou um pouco mais de dinheiro. Mas assim como todos nós sabemos, geralmente é muito difícil iniciar um novo negócio. Esta edição é sobre micro-empresas (negócios de pequena escala) e presta orientações sobre como transformar uma boa idéia em um negócio.

LEIA NESTA EDIÇÃO

- Administração de pequenos negócios
- Crédito para os pobres
- Cartas
- Comercialização de artesanato
- Micro-empresas – idéias práticas
- Os princípios básicos de como os ouvintes de rádio aprendem
- Recursos
- Estudo bíblico: A indústria caseira
- O doko vazio: Conquistando confiança no Nepal

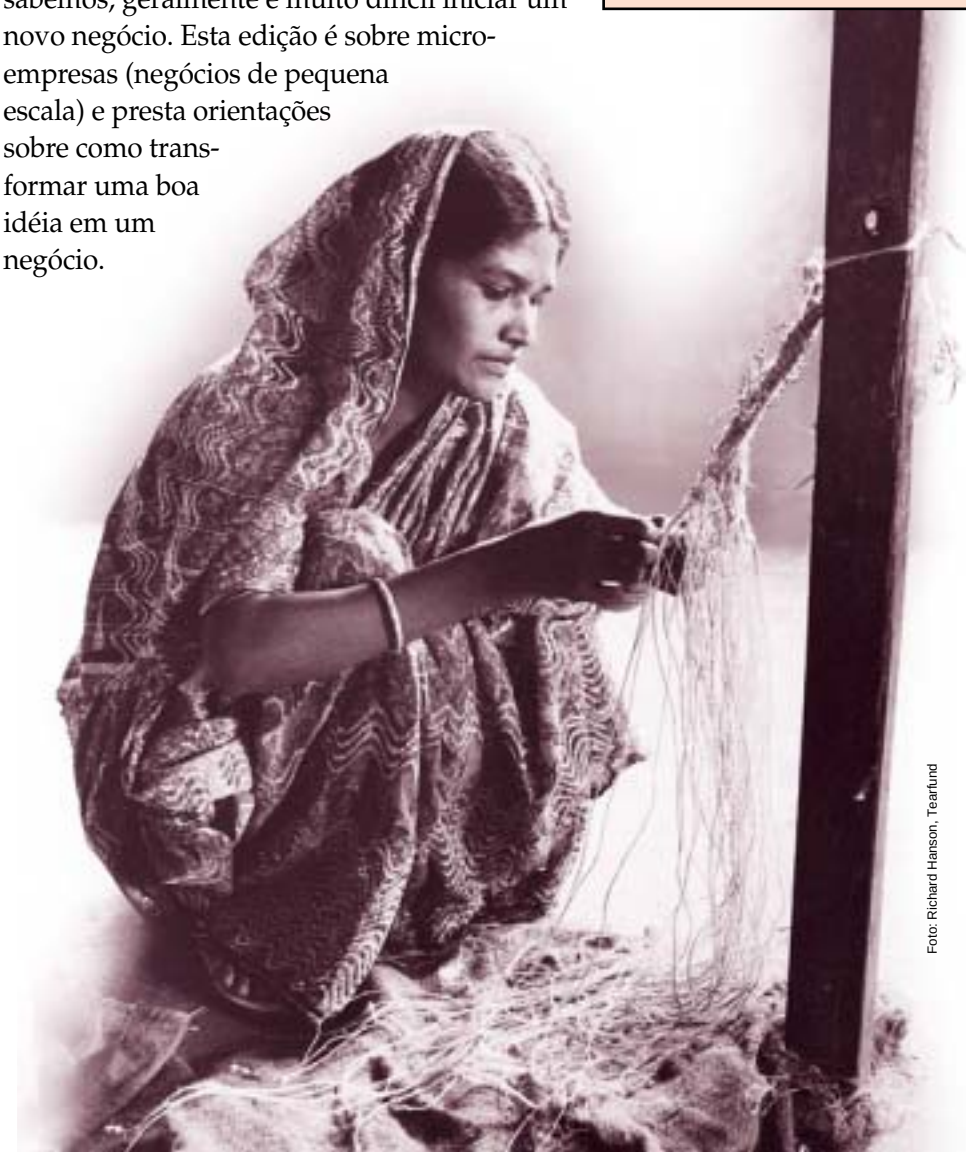


Foto: Richard Hanson, Tearfund

Iniciando a produção

Muitas idéias boas falham todos os anos porque os grupos não reservam tempo para planejarem antes de começarem. Se você deseja formar um grupo novo para produzir qualquer tipo de produto, existem algumas perguntas que você precisa considerar e responder primeiro:

Mercado Nós sabemos se existe uma demanda para os produtos que estão sendo sugeridos? Para responder a esta pergunta, você precisará realizar uma pesquisa de mercado simples.

Habilidades Que tipos de produtos temos capacidade de produzir? Faça uma lista das habilidades do grupo.

Competição Quem mais está produzindo os mesmos produtos? O que sabemos a respeito deles?

Instalações Onde vamos produzir os nossos produtos? Quais equipamentos necessitamos?

Comercialização Algum membro do grupo sabe como definir preços para os nossos produtos? Caso contrário, como podemos adquirir experiência nisto?

Situação legal De que estrutura legal o nosso grupo precisará? Nós precisamos nos registrar para efeito de pagamento de impostos e outros propósitos? Nós precisamos de um estatuto?

NOTA AOS LEITORES

A *Passo a Passo* é lida na África, Europa e América do Sul. A língua portuguesa muda de um continente para o outro. Alguns artigos podem estar escritos em um estilo diferente do Português que você fala. Esperamos que isto não venha a mudar a sua apreciação pela *Passo a Passo*.

NB Escrevemos 'AIDS/SIDA', porque alguns de nossos leitores conhecem a doença como 'AIDS', enquanto outros a chamam de 'SIDA'.

PASSO A PASSO

ISSN 1353-9868

A *Passo a Passo* é uma publicação trimestral que procura aproximar pessoas em todo o mundo envolvidas na área de saúde e desenvolvimento. A Tearfund, responsável pela publicação da *Passo a Passo*, espera que esta revista estimule novas idéias e traga entusiasmo a estas pessoas. A revista é uma maneira de encorajar os cristãos de todas as nações em seu trabalho conjunto na busca da melhoria de nossas comunidades.

A *Passo a Passo* é gratuita para aqueles que promovem saúde e desenvolvimento. É publicada em inglês, francês, português e espanhol. Donativos são bem-vindos.

Os leitores são convidados a contribuir com suas opiniões, artigos, cartas e fotografias.

Editora: Isabel Carter
83 Market Place, South Cave, Brough,
East Yorkshire, HU15 2AS, Inglaterra.
Tel/Fax: +44 1430 422065
E-mail: imc@tearfund.dircon.co.uk

Editora – Línguas estrangeiras: Sheila Melot

Comitê Editorial: Jerry Adams,
Dra Ann Ashworth, Simon Batchelor,
Mike Carter, Jennie Collins, Bill Crooks,
Paul Dean, Richard Franceys, Dr Ted Lankester,
Sandra Michie, Nigel Poole, Louise Pott,
José Smith, Mike Webb

Ilustração: Rod Mill

Design: Wingfinger Graphics, Leeds

Tradução: L Bustamante, Dr J Cruz,
S Dale-Pimentil, S Davies, T Dew, N Edwards,
R Head, J Hermon, M Leake, M Machado,
O Martin, J Martinez da Cruz, N Mauriange,
J Perry

Relação de endereços: Escreva, dando uma breve informação sobre o trabalho que você faz e informando o idioma preferido para: Footsteps Mailing List, Tearfund, 100 Church Road, Teddington, Middlesex, TW11 8QE, Inglaterra. Tel: +44 181 977 9144

Mudança de endereço: Ao informar uma mudança de endereço, favor fornecer o número de referência mencionado na etiqueta.

Artigos e ilustrações da *Passo a Passo* podem ser adaptados para uso como material de treinamento que venha a promover saúde e desenvolvimento rural, desde que os materiais sejam distribuídos gratuitamente e que os que usam estes materiais adaptados saibam que eles são provenientes da *Passo a Passo*. Deve-ser obter permissão para reproduzir materiais da *Passo a Passo*.

As opiniões e os pontos de vista expressados nas cartas e artigos não refletem necessariamente o ponto de vista da Editora ou da Tearfund. As informações técnicas fornecidas na *Passo a Passo* são verificadas minuciosamente, mas não podemos aceitar responsabilidade no caso de ocorrerem problemas.

Publicado pela Tearfund, uma companhia limitada, registrada na Inglaterra sob o No.994339. Organização sem fins lucrativos sob o No.265464.

Mostramos abaixo o novo logotipo da Tearfund, o qual é representado por uma flor carregada de sementes, com três sementes caindo ao solo. Esta imagem representa crescimento, renovação e o efeito multiplicador do trabalho da Tearfund.

TEARFUND

CHRISTIAN ACTION WITH THE WORLD'S POOR

Estudo de caso: Yaski Handicrafts, Indonésia

A empresa Yaski Handicrafts produz bijuterias. Quando eles iniciaram este trabalho há oito anos atrás, eles não dedicaram um tempo suficiente para pesquisarem os seus mercados, calcularem os custos, encontrarem boas matérias-primas e obterem as habilidades necessárias. Isto resultou em grandes perdas financeiras, que quase terminaram com o negócio. No entanto, eles começaram a considerar cuidadosamente os pontos acima mencionados, há dois anos atrás, e agora estão obtendo lucro.

Foto: Tearcraft

Hoje em dia, a empresa Yaski Handicrafts está muito mais ciente do que os seus clientes requerem. Eles pesquisaram cuidadosamente os seus mercados, encontraram bons fornecedores de matérias-primas variadas, forneceram treinamento em novas habilidades e agora podem produzir uma maior variedade de bijuterias. Eles mantiveram os seus preços baixos e usaram novos modelos.

Quem organizará isto e quanto tudo isto custará? Onde podemos receber orientações?

Registros Algum membro do grupo tem conhecimentos básicos sobre como manter registros? Caso contrário, como podemos encontrar treinamento nesta área?

Armazenagem e transporte Como vamos armazenar, embalar e transportar os nossos produtos?

Contabilidade Como vamos lidar com o dinheiro? Nós precisaremos abrir uma conta bancária? Quais serão os nossos termos de pagamento: em dinheiro, em uma semana ou em um mês?

Prepare um orçamento para o seu primeiro ano de negócios, pois assim você saberá quais são os gastos prováveis, e compare este orçamento, então, com os rendimentos esperados. Se houver grupos produtores semelhantes na sua região, visite-os e aprenda através da experiência e dos problemas deles. Lembre-se de que o primeiro ano será o mais difícil, pois ele incluirá todos os gastos de implementação. Você precisará considerar o custo das matérias-primas, mão-de-obra, equipamentos, embalagem, transporte e aluguel das instalações. Certifique-se de que você poderá sobreviver durante este ano antes de começar, pois caso contrário você terá muitas dores de cabeça, desperdiçará muito dinheiro e trabalho árduo, com poucas garantias de sucesso.

O mercado

Muitas vezes eu visito pequenos grupos produtores que me pedem para encontrar um mercado para todos os produtos que produziram. Infelizmente, os pequenos produtores descobrem com freqüência que os seus produtos não podem ser vendidos porque eles ignoraram a simples regra da oferta e da procura…

Antes de produzir as suas mercadorias, descubra primeiro se um número suficiente de pessoas deseja comprá-las.

Nunca produza mercadorias na esperança de ser capaz de vendê-las. Você simplesmente desperdiçará tempo, energia e dinheiro e acabará com estoques de mercadorias indesejadas. Realize primeiro uma pesquisa de mercado. Ela não precisa ser complicada. Não dependa da orientação de amigos que desejem incentivá-lo. Visite os mercados da região e converse com os donos de bancas, visite cidades vizinhas e converse com os proprietários de lojas. Investigue os mercados mais distantes, se for necessário. Que produtos vendem bem e estão sempre em demanda?

Novos modelos

Pode parecer bastante difícil pensar em novos modelos, serviços ou produtos alimentares. Considere o trabalho de criação de novos produtos como uma jornada agradável. Geralmente, pedimos orientações quando viajamos para um lugar novo e, durante o caminho, podemos parar para pedir orientações adicionais. A sua meta final é o produto acabado, mas para chegar lá, você precisará pedir orientações (voltamos à questão da pesquisa de mercado) e parar para considerar conselhos sobre algumas amostras. Considere os seguintes pontos:

- Olhe ao seu redor com 'novos' olhos. Nós geralmente não notamos idéias que estão ao nosso redor. Olhe para a natureza para obter idéias de cores, formato e textura. Pense em como estas idéias poderiam ser usadas em um novo produto.
- Olhe para os produtos do cotidiano e pense em como você poderia mudá-los para torná-los mais interessantes.

Cada um deve compreender claramente o nível de qualidade que se espera deles.

- Consulte livros e revistas, se estiverem disponíveis. Visite lojas em cidades grandes, se for possível.
- Consulte sempre a sua pesquisa de mercado. Nunca tente desenvolver um produto novo, a menos que você esteja certo de que ele venderá bem.

Talvez você já esteja produzindo mercadorias que vendiam bem no passado, mas cuja demanda foi reduzida recentemente. Talvez você possa melhorar o número de pedidos fazendo algumas mudanças ou introduzindo alguns produtos novos. Algumas idéias:

- Adicione cor ou mude a cor do produto.
- Mude o tamanho ou a aparência do produto.
- Adicione novas matérias-primas para melhorar o produto.
- Remodele o produto, incluindo novas características que os clientes tenham solicitado.
- Mude a maneira como os seus produtos são expostos. Se você mesmo os vende em uma pequena loja ou banca, você certamente deve fazer isto regularmente.
- Verifique os seus preços.

Controle de qualidade

O controle de qualidade nunca deve ser ignorado. Uma vez que você saiba onde os seus produtos serão vendidos, verifique cuidadosamente a qualidade em todos os estágios. Os seus clientes desejarão produtos de boa qualidade pelo valor cobrado. Eles não continuarão a apoiá-lo se as suas mercadorias forem de má qualidade. No entanto, você também precisa manter um equilíbrio entre a alta qualidade e os gastos. Se você tiver que comprar matérias-primas muito caras, os seus preços poderão aumentar tanto, que as pessoas deixarão de comprar os seus produtos.

Se você tiver um grupo grande de trabalhadores, cada um deve compreender claramente o nível de qualidade que se espera deles. Eles devem saber, desde o começo, que trabalho de má qualidade não será aceito. Defina padrões, faça uma lista de verificação e treine os trabalhadores, se for necessário. Faça fiscalizações sem aviso prévio. Dê números de referência aos seus trabalhadores para que assim você possa facilmente dizer quem é responsável por qual produto. Incentive e recompense os trabalhadores que sempre produzem mercadorias de alta qualidade.

Foto: Richard Hanson, Tearfund

Se você estiver exportando mercadorias, o controle de qualidade é ainda mais importante. Muitos países têm regulamentos quanto aos padrões de comercialização, os quais devem ser observados. Caso contrário, os pedidos poderiam ser cancelados ou as mercadorias poderiam ser devolvidas ou rejeitadas, sem pagamento.

O controle de qualidade inclui muitas coisas, assim como a maneira pela qual os produtos são montados. Se você usa corantes, por exemplo, eles são do tipo que não desbotam? Se você compra alimentos crus, eles estão contaminados com pesticidas? Se você adiciona guarnições ou acessórios aos seus produtos, eles são de boa qualidade? Seja rigoroso com os seus fornecedores de matérias-primas, se você achar que eles estão tentando vender-lhe suprimentos de má qualidade.

Armazene os produtos em áreas secas e limpas, onde possam ser protegidos contra os danos causados pela água ou umidade e por pragas como ratazanas ou gorgulhos. Certifique-se de que a sua embalagem é boa. Geralmente, os produtores dão pouca atenção a isto, mas embalagens de má qualidade podem fazer com que as mercadorias se quebrem ou se danifiquem, as quais não podem, então, ser vendidas.

Os clientes perceberão que as suas mercadorias são de alta qualidade e você criará uma repuação por ter produtos de confiança. Isto pode ser essencial no futuro, especialmente se outros produtores começarem a competir com você.

A sua receita será afetada se você permitir que sejam vendidas mercadorias de má qualidade. Permaneça no controle e certifique-se de que você sabe e compreende a qualidade exigida por parte dos seus clientes. Você será conhecido pelo fruto do seu trabalho.

Rose Collins é Consultora na área de pequenos negócios. Ela trabalha para a Tearfund e mora em Cingapura. O endereço dela é:
c/o Barton Associates, 15-01 Golden Mile Tower, 6001 Beach Road, Cingapura.

Estudo de caso: Chandpur Cottage Industries, Bangladesh

As Chandpur Cottage Industries (Indústrias Caseiras) têm produzido mercadorias de juta por muitos anos, fornecendo trabalho para mais de 1.500 mulheres, que produzem descansos para pratos e suportes para pendurar vasos de plantas. A maioria dos produtos eram produzidos com juta natural. No entanto, os gerentes notaram que o nível de vendas dos seus produtos estava começando a cair e compreenderam que algo novo era necessário. A resposta foi começar a usar corantes com a juta. Uma nova coleção usando juta colorida foi, então, iniciada. Desde então, novos modelos foram introduzidos para outros produtos, também usando as novas cores.

Hoje em dia, as Chandpur Cottage Industries são consideradas especialistas em produtos de juta tingida. A introdução de cores aos seus produtos aumentou as vendas significativamente e proporcionou novas oportunidades de comercialização.

Foto: Richard Hanson, Tearfund

Administração de pequenos negócios

Chris Sealy

A CHAVE para se ter um negócio bem sucedido é cuidar bem das coisas básicas. Grupos novos podem competir com productores experientes se eles puderem oferecer uma melhor qualidade ou bons preços pelos seus produtos. Mas, geralmente, o problema é que os grupos gastam o seu tempo tentando copiar o sucesso de outras pessoas, ao invés de produzirem algo diferente ou original.

O consumidor é rei

Os negócios giram em torno dos consumidores e não dos productos ou serviços. Todos os negócios bem sucedidos estão focalizados nos consumidores. Os grupos devem descobrir o que os seus consumidores desejam. Nas economias em transição, assim como na Europa Oriental e nos novos Estados independentes da antiga União Soviética, uma grande parte do que se entende por negócios é influenciada pelo passado. As pessoas se concentram em produzir mercadorias, presumindo que existirão consumidores.

O planeamento é essencial

Todos os bons livros sobre negócios enfatizam a necessidade de ter um plano de negócios. Muitas pessoas resistem à disciplina de planeamento e algumas temem que tal exame comprove que as suas idéias estejam erradas – mas as pessoas **devem** saber:

- que produtos ou serviços elas venderão
- para quem elas os venderão e por que os consumidores poderão comprar delas e não de outros productores
- quanto as mercadorias custarão para produzir e a que preço elas podem ser vendidas. A diferença entre os dois valores é o lucro, o qual deve ser suficiente para se sobreviver, se esta for uma ocupação de período integral.

Lucro = preço de venda menos custo de produção

Gastos

Os gastos devem ser calculados e controlados correctamente. Os gastos de todas as partes do negócio devem ser calculados, incluindo o uso do carro do amigo para levar os productos ao mercado. Os materiais estragados que são abandonados após o corte ser feito ou os materiais danificados por engano devem ser incluídos nos gastos. O gasto adicional ao se comprar uma pequena quantidade de materiais para terminar um pedido urgente reduz seriamente as margens de lucro.

Muitos grupos pequenos produzem mercadorias que possuem um preço fixo de mercado. Um costureiro, por exemplo, deve cobrar o mesmo preço que todos os outros alfaiates da região. Devido a isto, o lucro só pode ser aumentado se os gastos forem controlados e reduzidos, dentro do possível, ou se a qualidade for melhorada e assim os preços forem aumentados. Esta é uma área onde as pessoas podem usar sistemas de micro-crédito de maneira eficaz. O crédito pode permitir que as matérias-primas sejam compradas em maiores quantidades e com descontos, permitindo que o lucro aumente. Uma outra maneira de aumentar o lucro é controlar os desperdícios.

Os custos das licenças e permissões para comercializar, formais e informais, podem ser factores importantes para os pequenos negócios. Esta é uma área ética complicada e uma fonte habitual de dilemas. Com freqüência, os governos centrais incentivam nominalmente os pequenos negócios, mas as autoridades locais geralmente usam a sua autoridade para cobrar impostos e favores.

Após calcular os custos correctamente, o pequeno productor pode considerar o preço de mercado e decidir se vale a pena começar o negócio. A maioria das pessoas são demasiadamente optimistas sobre as quantidades que podem produzir ou vender em qualquer período. **A decisão mais difícil é aceitar que o negócio nunca obterá um lucro.**

Lugares separados

Muitos negócios potencialmente bem sucedidos fracassam quando o dinheiro do negócio não é separado do dinheiro pessoal. As pessoas que estão se estabelecendo na área de negócios de repente percebem que têm dinheiro nos seus bolsos pela primeira vez. O dinheiro de uma venda recente ou fundos para comprar matérias-primas podem fazer com que elas se sintam ricas. Elas olham para o dinheiro nas suas mãos e decidem que as suas necessidades pessoais são mais urgentes. O dinheiro devido a um fornecedor ou necessário para comprar matérias-primas é usado, ao invés, para comprar comida para a família. Uma solução simples é manter o dinheiro do negócio em um lugar separado. Decida quanto você tem condições de tirar do negócio como salário e tire somente isto.

Mercados internacionais

Um perigo comum que eu tenho visto com freqüência é quando os grupos se concentram na exportação de mercadorias porque eles começaram com o incentivo de um missionário ou agente de desenvolvimento com contactos em um mercado internacional. As vendas podem depender destes contactos pessoais. No entanto, quando esta pessoa desaparece, o mesmo pode acontecer com as vendas. Nunca ignore o mercado local.

Traça e ferrugem

A necessidade de formar fundos para substituir equipamentos gastos parece simples mas pode ser facilmente negligenciada quando outras

necessidades são mais urgentes. Quando o equipamento falha, o negócio também pode fracassar com ele. Nos Estados independentes da antiga União Soviética e na Europa Oriental, as pessoas estavam acostumadas a pedir reposições, ao invés de pagá-las por si próprias.

Use um empréstimo para investir

Os empréstimos, se disponíveis, podem ser muito úteis. Um empréstimo pode ser usado, por exemplo, para comprar uma máquina de costura, que é bem usada para que o empréstimo possa ser pago de volta. Depois disso, a máquina se torna propriedade do alfaiate, que através do investimento, tem muitos anos de lucro pela frente. Alguns agricultores que eu encontrei recentemente no Uzbequistão tiveram uma idéia diferente. Eles queriam um empréstimo para comprar sementes de batatas. A safra seria vendida, o empréstimo seria pago e o resto do dinheiro seria usado para as famílias. Desta maneira, eles precisariam pedir emprestado novamente no ano seguinte. No entanto, este projecto poderia tornar-se um negócio se eles guardassem dinheiro suficiente proveniente da venda da safra para comprar as sementes para o ano seguinte.

Chris Sealy é um consultor na área de treinamento profissionalizante e pequenos negócios, incluindo pequenos empréstimos. O endereço dele é: 11 Pembroke Road, Melksham, Wiltshire, SN12 7NA, Grã-Bretanha.

E-mail: cgs_mead@dial.pipex.com

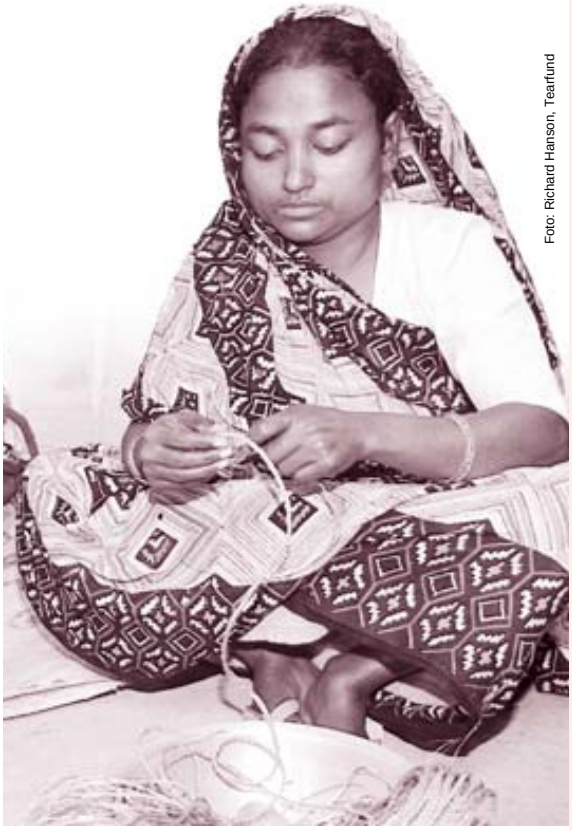


Foto: Richard Hanson, Tearfund

Crédito para os pobres

UM RELATÓRIO SOBRE o estudo que os Professores Hulme e Mosley fizeram sobre o trabalho de 13 instituições que concedem pequenos empréstimos em sete países diferentes foi publicado recentemente. Elas concedem pequenos empréstimos para ajudar micro-empresas. As constatações feitas por eles são muito claras e, no futuro, provavelmente terão uma grande influência sobre os grupos que concedem crédito. Eles chegaram a três conclusões importantes:

■ O Banco Grameen, de Bangladesh, o Banco Sol, da Bolívia, e o Banco Rakyat, da Indonésia, são alguns exemplos de instituições que possuem programas eficazes de empréstimos. Estas instituições alcançam bons resultados e a maioria dos clientes são capazes de pagar os seus empréstimos e desenvolverem os seus micro-empreendimentos. Estas são algumas características destas instituições:

- Taxas de juros mais altas, as quais não permitem que as pessoas mais pobres consigam empréstimos.
- Elas geralmente têm cadernetas de poupança, as quais fornecem uma segurança às pessoas (as suas economias), caso elas tenham dificuldades.
- Elas têm filiais próximas dos lugares onde vivem os beneficiários, facilitando-lhes o pagamento dos empréstimos com regularidade.
- Elas cobram as prestações regularmente.

■ Há uma grande probabilidade do crédito aumentar a renda das famílias que estão acima ou no nível de pobreza – em outras palavras, não as pessoas que são muito pobres (abaixo do nível de pobreza). A pesquisa indica que as pessoas que recebem empréstimos que estão acima ou no nível de pobreza, são as que mais provavelmente correm riscos e investem em novos equipamentos, mão-de-obra ou tecnologia.

■ Os pequenos empréstimos geralmente não ajudam a melhorar a renda das pessoas muito pobres. As pessoas muito pobres que pedem empréstimos não têm condições de correr tais riscos. Na verdade, às vezes elas usam os empréstimos para atender às necessidades imediatas da família, podendo terminar com uma dívida ainda maior do que quando elas receberam o empréstimo. Os empréstimos não podem solucionar todos os problemas e, às vezes, eles podem piorá-los, especialmente se as pessoas não tiverem a segurança oferecida por algumas economias ou pela experiência.

Estas constatações não são animadoras para as pessoas que estão tentando passar para cima do nível de pobreza, as quais podem ter dificuldades ainda maiores para obter crédito no futuro como resultado desta pesquisa. No entanto, ainda existem passos positivos a serem dados. Em visitas feitas recentemente pela Editora a alguns grupos da zona rural de Uganda e Gana observou-se que os grupos ativos cujos membros se reúnem regularmente e freqüentemente trabalham juntos, podem administrar sistemas simples de crédito com muito sucesso, sem ajuda externa. Os membros concordam em contribuir semanalmente com uma pequena quantia em dinheiro e, a cada semana, um dos membros toma emprestado todo o dinheiro coletado durante aquela semana. A maioria deles usam o dinheiro para comprar roupas, pagar matrículas escolares ou realizar pequenas atividades que geram renda. Os grupos precisam estar bem estabelecidos para que os membros confiem uns nos outros e, assim, passem a fazer contribuições regularmente.

Finance Against Poverty, de autoria de David Hulme e Paul Mosley, foi publicado pela Routledge, Londres, em 1996. O resumo das constatações feitas no livro foi tirado da *Focus No 5*, que é publicada pelo CGAP, 1818 H Street NW, Room G4115, Washington DC 20433, EUA.

CARTAS

Não ao sabão feito com mercúrio!

A AMENAD (The Friends of Natural Medicine For Development) é uma pequena organização de cristãos formada por enfermeiras e agronomistas. Eu sou um dos fundadores. Nós incentivamos boa saúde e desenvolvimento através do uso de medicina natural. Nós somos leitores muito comprometidos da *Pas à Pas.* Ao notar com amargura o uso imprudente de sabão antiséptico feito com mercúrio nos centros vizinhos de Barak, Lweba, Nundu e Mboko, a AMENAD iniciou recentemente um inquérito sobre o uso deste tipo de sabão com o propósito de opor-se ao seu uso. (**EDITORA**: *O mercúrio clareia a pele mas é um veneno perigoso*).

Qualquer apoio de grupos que possam nos ajudar com as suas idéias ou recursos será bem vindo. Nós também gostaríamos de trocar idéias e partilhar experiências com outros grupos que promovem saúde através do uso de medicina natural.

M'munga Christophe Masona
c/o Hôpital Diaconia de Nundu
PO Box 53435, Nairobi, Quênia

ou

BP 2512, Bukavu,
República Democrática do Congo

Slogans

NO NOSSO PROJECTO de reflorestamento comunitário, temos visto que os slogans e os jogos de palavras podem ser instrumentos convincentes se forem usados sabiamente. Há dois exemplos abaixo que têm sido muito úteis.

Nós dizemos às pessoas que se elas desejam resultados excelentes quando plantam árvores, elas devem usar um fertilizante novo chamado WPT. Nós dizemos que ele é muito mais eficaz do que NPK e está disponível gratuitamente no seu próprio povoado. Eles ficam desconfiados. Nós começamos então a explicar na língua Swahili que:

W significa *WAHI kupanda kabla ya Krisma* (Adiante-se – plante antes do Natal, no começo da época de chuvas).

P significa *PALILIA* (Remova as ervas daninhas com freqüência!)

T significa *TIFULIA shamba lako mwishoni mwa mvua* (Afofe a terra no final da época de chuvas).

WPT – agora eles entendem e começam a brincar acerca disso! No entanto, fica bem fácil lembrar e, quando colocado em prática, nós freqüentemente ainda nos surpreendemos muito com os resultados. Esta idéia pode ser adaptada para qualquer idioma.

Nós também criamos um slogan que diz: *Kuwahi ni kufaulu, Kuchelewa ni kushindwa* (Se você se adiantar, você obterá sucesso, mas se você se atrasar, você fracassará). Nós explicamos porquê com um flip chart (álbum seriado) de ilustrações sobre agropecuária e fazemos uma brincadeira dizendo que o primeiro jovem a escolher a sua esposa fica com a melhor e os últimos perdem a oportunidade!

Brian Polkinghorne
Box 302, Mwanza, Tanzânia

E-mail: bpolk@tan2.healthnet.org

Armazenagem de sementes sem ar

FOI COM MUITO PRAZER que eu li a *Paso a Paso 32*. Nós temos um outro método de armazenagem de sementes. Nós armazenamos feijão em um tambor de 200 litros. Antes de cobrir o tambor, nós colocamos uma vela dentro dele e a acendemos. Em seguida, cobrimos o latão. A chama da vela usa todo o oxigênio dentro do tambor, e, assim, os insetos daninhos morrem.

Eduard Klassen
Paraguai

Hortas em cidades

O CULTIVO DE HORTALIÇAS é problemático para muitas pessoas que vivem em cidades ou regiões muito secas. Se você quiser cultivar algumas hortaliças para acompanhar o mingau de fubá, experimente a minha sugestão.

Isto é o que você vai precisar…

- uma mistura de esterco animal e solo argiloso de boa qualidade
- sacos de polietileno grandes e fortes
- um abastecimento de água.

Encha os sacos plásticos com o esterco e o solo e coloque-os do lado de fora, em um lugar com um pouco de sombra, para evitar que os sacos se sequem demasiadamente rápido. Plante sementes e mudas na parte de cima e nos lados dos sacos, através de aberturas. Regue com freqüência. Desfrute das suas hortaliças!

James Kipnyango
PO Box 17
Turbo
Quênia

Os dez mandamentos para um animador perfeito

OS ANIMADORES de Pades-Mono, no Benin, realizaram uma conferência recentemente sobre o trabalho que eles realizam. Esta lista de mandamentos foi um dos resultados das nossas discussões.

O papel do animador é fazer perguntas, sempre que forem necessárias, aos membros e às autoridades.

François Zinsou
Animador – PADES-MONO
SNV Benin
BP 49
Sogbo (Mono)
Benin

1. Você será modesto
2. Você ajudará o grupo a encontrar um propósito e uma identidade
3. Você não ditará aos outros o que eles devem fazer, mas usará a sua autoridade com discrição e com brandura
4. Você terá um senso de humor
5. Você introduzirá novas idéias
6. Você incentivará a liberdade de expressão
7. Você usará o seu tempo sabiamente
8. Você respeitará o tempo das outras pessoas e se manterá dentro dos horários
9. Você será flexível em todas as situações
10. Você introduzirá muitas variedades

Contágio com a malária

A MALARIA É COMUM durante todo o ano aqui na Guiné-Conakry, no oeste da África, e piora durante a estação das chuvas. Geralmente, só as crianças apresentam os sintomas típicos da malária (as crianças entre 0–10 anos constituem quase 30% da população). Foi conduzida uma pesquisa em Janeiro de 1997, mostrando que a malária é a maior causa de mortalidade entre adultos e crianças. Em 1994, mais de 600.000 casos foram notificados pelos serviços de saúde – uma taxa anual de 96 casos por cada mil habitantes. Dentre as famílias que foram incluídas na pesquisa, apenas 16% delas usam mosquiteiros sobre as camas – os quais são usados em 43% dos casos por parte do chefe da família e em apenas 14% pelas crianças. O uso de mosquiteiros sobre as camas diminui com a distância em relação às cidades (as zonas rurais tiveram uma taxa maior de infecção com a malária). A auto-medicação com cloroquina (apesar da alta resistência aqui existente à cloroquina) é realizada por um quarto da população nas zonas rurais e por metade da população nas zonas urbanas.

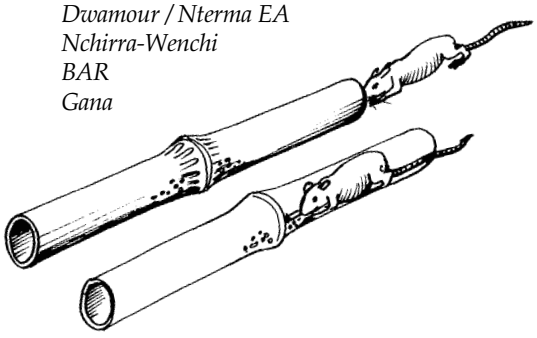
A nossa pesquisa realça a gravidade da malária aqui. Ela não é somente a maior causa de mortalidade mas também provoca severas conseqüências sobre a economia, com tantas pessoas doentes. Esta situação séria requer a cooperação ativa dos serviços de saúde oferecidos pelo governo e por todas as denominações religiosas.

Dr William Sauyers
BP 2552
Conakry
República da Guiné

Ratoeira

ESTA É UMA MANEIRA SIMPLES e eficaz de apanhar camundongos e ratos. Corte pedaços de bambu conforme é mostrado na figura. Coloque pedaços de milho ou mandioca dentro do bambu. O rato entra no bambu mas não consegue se virar para sair. Você pode então apanhar o rato. Eu tenho achado esta técnica muito útil.

Frank Atuahene Donkor
Dwamour / Nterma EA
Nchirra-Wenchi
BAR
Gana



Rede de obreiros entre os pobres de zonas rurais e urbanas

A META PRINCIPAL desta rede de cristãos é unir aqueles que trabalham entre os pobres e os líderes de movimentos populares, que freqüentemente trabalham de maneira isolada. Eles possuem um boletim de notícias, que é publicado regularmente, e realizam conferências para aprendizagem mútua. Novos membros são bem vindos à rede.

Mahyeno Mission
PO Box 503
Dundee 3000
África do Sul

Tratamento de sementes

O ACCESS é um grupo de desenvolvimento da igreja evangélica da Libéria, que está activamente envolvida na reconstrução do seu país, após sete anos de guerra. Um dos seus programas está produzindo e distribuindo sementes de legumes para serem plantados na próxima estação. Eles desenvolveram um tratamento simples para preservar grandes quantidades de sementes contra os danos causados por pragas.

Quebre e dissolva uma barra de sabão Lifebuoy (ou similar) em 4,5 litros de água quente. Descasque e corte uma cebola grande em pedaços pequenos e misture-a com querosene (o equivalente a uma garrafa de cerveja). Mexa as duas misturas, acrescente 18 litros de água fria e, usando um regador (com um pulverizador fino), pulverize todas as sementes colocadas no chão. Seque bem as sementes. Se necessário, elas podem ser tratadas de novo posteriormente.

ACCESS, AEL
PO Box 2656
Randall Street
Monrovia
Libéria

Guia de Manejo do Bambu

EU VOLTEI RECENTEMENTE do Nepal, onde trabalhei para a Tearfund, usando técnicas de propagação de bambu (me deram o título de 'Mestre do Bambu'!) Eu preparei um guia de manejo sobre o cultivo de bambu, o qual foi publicado em Kathmandu. O guia pode agora ser obtido por qualquer pessoa que esteja interessada, através do meu web site:

http://www.robibrad.demon.co.uk/bamboo.htm

Robert Bradshaw
19 Bickerton Avenue, Bebington, Wirral
L63 5NA, Grã-Bretanha

Tel/Fax: +44 151 645 2883
E-mail: rob@robibrad.demon.co.uk

Poda durante a seca

DURANTE A SECA de 1991/2 no Zimbabuê, permitiu-se acidentalmente que um bando de gansos entrasse em um milharal. Eles comeram todas as folhas mais baixas (até um metro de altura). No entanto, eu percebi posteriormente que esta plantação acabou produzindo mais milho durante a seca do que as outras plantações ao redor, as quais não haviam sido prejudicadas. Há alguma evidência de que podar as folhas mais baixas ajuda a conservar um cultivo durante a seca?

Ronald Watts
P/Bag X20021
Empangeni 3880
África do Sul

O gênesis da agricultura

NO COMEÇO, Deus criou os céus e a terra. Ele colocou o homem no comando da terra para guardá-la, mantê-la e obter alimentos dela para si. Deus criou um lugar de demonstrações, o Jardim do Éden, para que o homem aprendesse como viver em uma quinta bem planeada.

É, portanto, a nossa responsabilidade manter a terra como uma quinta bem planeada, plantando-se árvores, fornecendo água onde for necessário, cultivando frutas onde elas não existem e mantendo a fertilidade do solo e a vegetação de cobertura para controlar a erosão.

Vamos fazer da terra um lugar melhor para se viver!

Francisco Letimalo
Samburu District Development Programme
PO Box 48
Baragoi via Maralal
Quênia

Foto: Richard Hanson, Tearfund

Comercialização de artesanato

Há tres anos atrás, Minda, Lena e Hasnah não sabiam nada sobre como vender os seus produtos artesanais. Todas elas fabricavam produtos artesanais semelhantes e tinham dificuldade em vendê-los, pois havia muitos destes produtos disponíveis. Um dia elas conversaram sobre as dificuldades que tinham e decidiram buscar algumas orientações do sobrinho de Minda, Ferdinand, que tem uma banca.

MINDA: 'Olhe esta colher! Ela é muito bonita.'

LENA: 'Por que eu não faço um capacho como esse?'

MINDA: 'Mas você não sabe como fazer capachos deste t

FERDINAND: 'Se vocês querem aprender como fazer algu produtos artesanais novos, vocês já pensaram em ir ao treinamento? Eles dão cursos.'

Cada comerc
pelos capach
rupias, e outr

MINDA: 'Como você pode cobrar muito mais do que os outros?'

COMERCIANTE: 'Eu só compro produtos artesanais de boa qualidade. Eu percebo que os clientes não compram produtos artesanais que não são bem feitos. Por isso, eu vendo produtos artesanais de boa qualidade por bons preços. Esta é uma boa prática em negócios.'

COMERCIANTE: 'Estes capachos são muito bem feitos. Quando eu verifico a qualidade, eu olho o tamanho, a cor, se o modelo é bom, se o produto é útil e se ele é feito com cuidado. Se ele for diferente e criativo, é ainda melhor.'

Pontos para verificação da qualidade…

- tamanho semelhante
- boa cor
- bom modelo
- utilidade
- criatividade

MINDA: 'Vamos ver qual é o lucro que faremos se vendermos 10 capachos para este comerciante. Se fizermos 10 capachos por dia e se ele puder vendê-los, em 30 dias nós teremos ganho o suficiente para cobrir todo o dinheiro que gastamos com a compra do equipamento. Depois disso, tudo será lucro – apesar de que temos que economizar um pouco para substituir o equipamento no futuro.'

Agora, elas sempre
com que os seus c
atrativa, com mode
delas produz um bo
grupo e ouvem cuid
especialistas.

tipo!'
ns
centro de

3

Se você quiser ganhar dinheiro através da venda de produtos artesanais, você precisará primeiro aprender sobre as pessoas que provavelmente comprarão os seus produtos. Você precisará aprender…

- *Que produtos são populares e estão em demanda?*
- *Qual é o preço de venda?*
- *Quantos são vendidos por dia?*
- *Quem já está fabricando estes produtos?*
- *Como e onde eles estão sendo vendidos?*

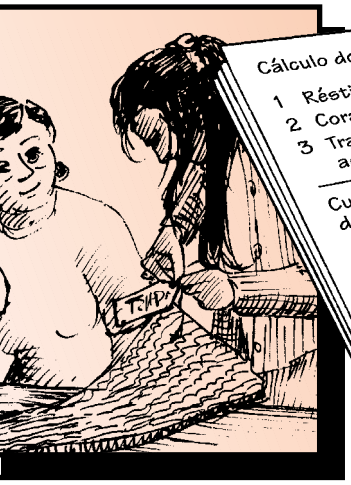
Várias semanas depois, no centro de treinamento…

INSTRUTOR: 'É melhor começar com um produto artesanal que possa ser feito com materiais e ferramentas disponíveis localmente. Assim você não precisa de muito dinheiro para começar.'

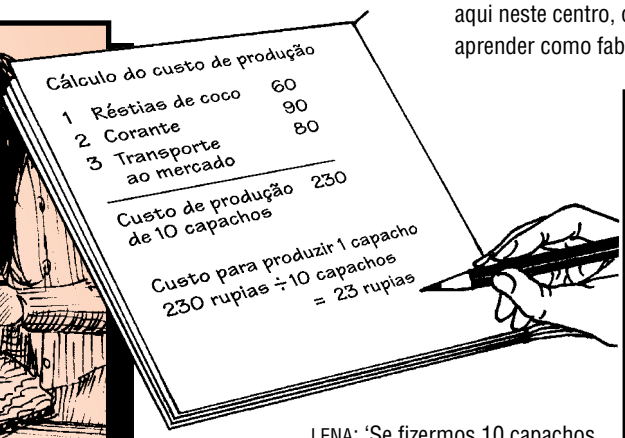
MINDA: 'Nós temos muitos coqueiros no nosso povoado e o meu sobrinho disse que capachos feitos de fibra de coco estão vendendo bem.'

INSTRUTOR: 'Há um curso de duas semanas aqui neste centro, onde você poderia aprender como fabricá-los.'

HASNAH: 'Nós estamos aprendendo estas novas habilidades rapidamente. Quando terminarmos o curso, vamos ter que comprar o nosso próprio equipamento. Vamos precisar de armações, ferramentas e fibra de coco, que custarão 3.000 rupias. Isto representa 1.000 rupias para cada uma de nós.'



iante ofereceu um preço diferente
os; um ofereceu 28 rupias, outro, 30
o, 33 rupias.


Cálculo do custo de produção
1 Réstias de coco 60
2 Corante 90
3 Transporte ao mercado 80
Custo de produção de 10 capachos 230
Custo para produzir 1 capacho
230 rupias ÷ 10 capachos
= 23 rupias

7

LENA: 'Se fizermos 10 capachos, eles nos custarão 230 rupias em materiais e transporte ao mercado. Isto representa 23 rupias para cada capacho. Agora vamos ver por quanto nós podemos vendê-los aos comerciantes do mercado.'

conversam sobre como podem fazer
apachos tenham uma aparência mais
los ou palavras diferentes. O trabalho
om lucro, porque elas trabalham bem em
dadosamente as orientações dos

MINDA: 'Agora eu posso comprar roupas para a família, alguns cadernos para a minha filha e ainda sobra um pouco de dinheiro para se preparar para o festival. Sabe, Hasnah, as suas balas de coco são muito gostosas. Por que não tentamos vendê-las também? Eu poderia fazer um recipiente com folhas de bambu.'

Esta história em quadrinhos também pode ser usada em uma dramatização de papéis com seis personagens principais: Hasnah, Minda, Lena, Ferdinand, instrutor e comerciante. Use a encenação de papéis para incentivar uma discussão sobre as possibilidades de desenvolver novos produtos artesanais e pequenas empresas. Planeje realizar uma pesquisa de mercado simples sobre os novos produtos.

Este material foi adaptado da revista em quadrinhos Simple Marketing Skills. *Agradecemos ao Asia/Pacific Cultural Centre da UNESCO (ACCU) pela autorização concedida.* *(Veja a página 14).*

Micro-empresas – idéias práticas

UMA SÉRIE DE IDÉIAS PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Barras crocantes de amendoim

Você precisará…

- 1kg (4 xícaras / chávenas) de amendoim torrado
- 1kg (4 xícaras) de água
- 2kg (8 xícaras) de açúcar mascavo (se açúcar mascavo não estiver disponível, use açúcar comum)

Descasque e torre o amendoim até dourar. A castanha-de-cajú e outras castanhas semelhantes também podem ser usadas. Triture-as grosseiramente.

Dissolva o açúcar na água e aqueça até começar a engrossar. Adicione o amendoim e mexa constantemente para evitar que queime. Verifique a consistência colocando pequenas quantidades dentro de uma xícara (chávena) com água fria. Quando bolas firmes se formarem, tire a massa do fogo e coloque-a em uma forma raza ou sobre uma tábua untada. Abra a massa até chegar a uma espessura de 5mm e corte-a em barras pequenas antes que esfrie e endureça. (Você precisará de um martelo se chegar a endurecer!) Embrulhe com papel celofane ou encerado.

ATENÇÃO: É muito importante que se consiga a consistência certa. As bolas moles que se formam (as quais não ficam no ponto certo), em poucos minutos se tornam bolas firmes e, se você não tomar cuidado, poderá acabar com uma panela de açúcar queimado! Experimente antes com quantidades menores. **É MUITO PERIGOSO QUEIMAR AÇÚCAR – MANTENHA AS CRIANÇAS AFASTADAS.**

A cozinheira

MARIA NEIDE DA SILVA se levanta às 02:30 hs todos os sábados de manhã para preparar a sua banca no mercado da cidade de Princesa Isabel, no nordeste do Brasil. Ela prepara café da manhã e almoços para as pessoas que visitam o mercado. Ela está sendo ajudada por empréstimos da Ação Evangélica, uma denominação daquela região que opera um programa de micro-empresas para combater a pobreza local. O trabalho é árduo mas faz uma grande diferença na renda familiar. Com o dinheiro extra gerado pelo negócio, ela e o marido foram capazes de construir uma casa para si próprios e para os seus filhos.

Maneiras de usar a cera de abelha

AQUI EM ARU, no nordeste do Congo, nós temos visto que a apicultura é uma actividade muito prometadora (promissora) para aumentar a renda e também para levantar fundos para apoiar a Igreja. Nós sempre incentivamos o uso de colméias de boa qualidade, que aumentam o lucro e a qualidade do mel. Estas são algumas idéias para os leitores interessados no uso de cera de abelha.

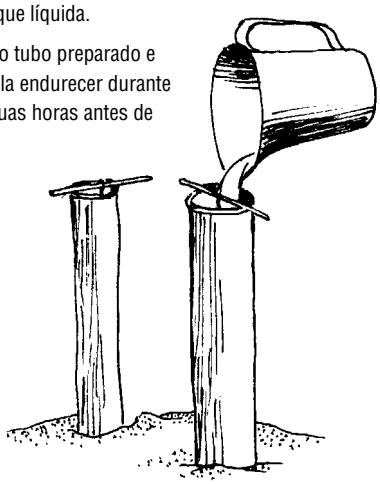
Com agradecimentos a David Sharland e Jesse Leeku, da EAC Aru (PO Box 226, Arua, Uganda) e à Food Chain, Intermediate Technology, Grã-Bretanha.

Como separar a cera

Após extrair o mel, as abelhas, a sujeira e os ovos precisam ser removidos antes que a cera possa ser usada. A maneira mais fácil de fazer isto é ferver a cera em água e misturar bem enquanto estiver fervendo. Deixe a panela esfriar (arrefecer) em um lugar onde ninguém irá mexer. Você verá que a cera solidificada em cima da água retém toda a sujeira. Remova o disco de cera e raspe qualquer sujeira que esteja no lado de baixo da cera.

Como fazer velas

1. Corte a haste de uma folha de mamão ou uma haste oca semelhante com o comprimento necessário.
2. Enfie um pedaço de linha grossa ou barbante de linho através do tubo e prenda-o a uma varinha de cada lado do tubo para mantê-lo firme e no centro do tubo. Se você não tiver barbante, um pedaço de linha fina enrolado no formato de um cordão pode ser usado da mesma maneira. Se você puder primeiro embeber o barbante em querosene, a vela será melhorada, mas isto não é essencial.
3. Mantenha o tubo de pé com um pouco de areia ou terra para que não caia.
4. Derreta a cera em fogo brando até que fique líquida.
5. Despeje no tubo preparado e deixe a vela endurecer durante uma ou duas horas antes de movê-la.



6. Faça um corte fino no comprimento e remova a vela cuidadosamente, que agora está pronta para ser usada.

Agora você pode ter luz sem gastos!

Um método alternativo é derreter uma camada fina de cera sobre a água e deixá-la solidificar – mas antes que esfrie(arrefeça) bastante, enrole a cera ao redor de um pedaço de barbante em uma superfície lisa para obter o formato de uma vela.

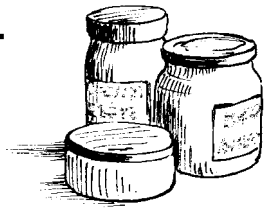
Cera para móveis

A cera de abelha também é muito útil para fazer acabamentos em móveis de madeira. Amoleça a cera em um pouco de aguarrás ou querosene. Esfregue a cera para dentro da madeira usando muita energia! Com um outro pano limpo, remova a cera, que deixa um brilho muito bonito e também mantém a madeira limpa.

A costureira

Fotos: Richard Hanson, Tearfund

MARIA DALCIA RIBEIRO DE BRITO tem um emprego de meio período em uma oficina de costura em Imaculada, no nordeste do Brasil. O negócio foi iniciado por João e Jacilene Caetano, que procuravam maneiras de gerar renda em uma área onde existem muito poucos empregos. Eles pediram emprestada uma sala pequena em um anexo e com um empréstimo da Ação Evangélica, eles compraram três máquinas de costura. O negócio deu certo e eles conseguiram pagar o empréstimo, apesar deles terem tido que adaptar-se às mudanças no mercado para poderem manter o negócio.



Geléia de petróleo (vaselina)

Você vai precisar…

- 25 gramas de cera de abelha
- meia chávena (xícara) de óleo para bebé

Derreta a cera de abelha lentamente em banho-maria (uma panela dentro de outra panela com água). Quando a cera estiver líquida, misture o óleo para bebé. Despeje em recipientes bonitos.

Pomada para lábios secos

Você vai precisar…

- 1 colher de sopa de cera de abelha em pedaços
- 1 colher de sopa de geléia de petróleo
- 1 colher de chá de mel
- 1 colher de sopa de lanolina
- algumas gotas de óleo aromático volátil (ex. hortelã-pimenta, eucalipto, gaultéria ou cânfora) para que a pomada tenha um odor agradável.

Derreta a cera, a lanolina e a geléia de petróleo em banho-maria. Adicione o mel e o óleo aromático volátil. Misture até esfriar (arrefecer) e coloque em recipientes bonitos.

Filtro lento de areia para uso doméstico

Brett Gresham

Foto: Brett Gresham

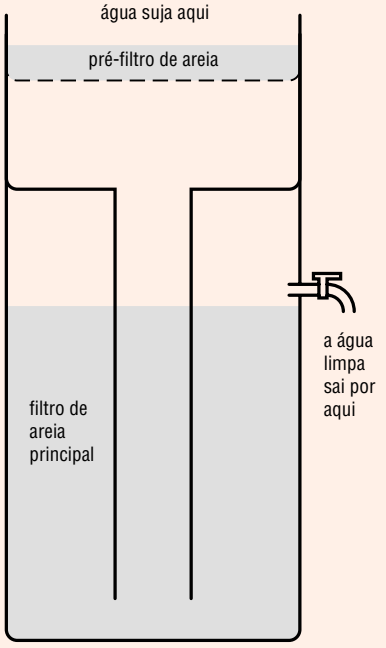
O AFEGANISTÃO tem um dos índices de mortalidade infantil mais altos do mundo, com uma criança em quatro morrendo até os cinco anos de idade. A maioria destas mortes estão relacionadas com a diarréia – geralmente causada por se beber água impura. O consumo de água impura talvez seja o maior problema enfrentado pelo Terceiro Mundo hoje em dia.

Em 1996, com o financiamento da UNCHS, a SERVE começou a pesquisar sobre filtros lentos de areia para uso doméstico. Vários filtros foram projetados e testados antes do modelo abaixo ter sido escolhido. Depois de três meses de testes com água altamente contaminada, o filtro estava removendo entre 98% e 99% de todos os organismos contaminadores.

Um pré-filtro é colocado na parte de cima da unidade para remover a maioria dos sedimentos. Este pré-filtro consiste em uma panela simples com orifícios pequenos feitos com um prego na parte inferior para permitir a passagem da água, e não da areia. A areia deste filtro pode ser facilmente removida e lavada, protegendo o filtro maior.

O filtro lento de areia na verdade 'come' as bactérias e os vírus durante a filtragem. Para fazer isto, permite-se que cresçam algas na superfície (como você vê em um leito arenoso de um riacho). Para que seja eficaz, a água deve passar por pelo menos 75cm de areia. A torneira também deve estar acima do nível da areia para se ter a certeza de que esta esteja sempre submersa pela água.

Pode ser usada areia simples, apesar de que ela precisa ser bem lavada. O filtro é feito de latão galvanizado, o qual pode ser facilmente adquirido em um mercado. Outros materiais, como a cerâmica, podem ser usados. Depois do modelo experimental ter sido escolhido, vários filtros foram colocados nas casas para verificar se haveria problemas sociais, culturais ou de outros tipos. Várias melhorias foram sugeridas, as quais hoje em dia fazem parte do modelo usado.



Este modelo é vendido por US $11 (700.000 Afs) – o equivalente ao que um trabalhador braçal recebe por cinco dias de trabalho; portanto o custo é acessível. O filtro foi levado ao mercado dos ferreiros, onde qualquer pessoa que trabalha com lata tinha a habilidade e o equipamento para construí-lo.

O filtro de areia foi promovido por vídeo e televisão. Também foram colocados filtros em vários lugares públicos ao redor da cidade. Uma demanda positiva trouxe renda aos ferreiros (a SERVE não está envolvida de maneira alguma na produção do filtro) e esperamos que este tratamento eficaz de água se torne acessível a todos.

Brett Gresham é um engenheiro civil que trabalha para a SERVE, uma ONG internacional, em várias tecnologias apropriadas no norte do Afeganistão. O endereço deles é: SERVE, PO Box 477, University Town, Peshawar, Paquistão. E-mail: harbin@merlin.net.au

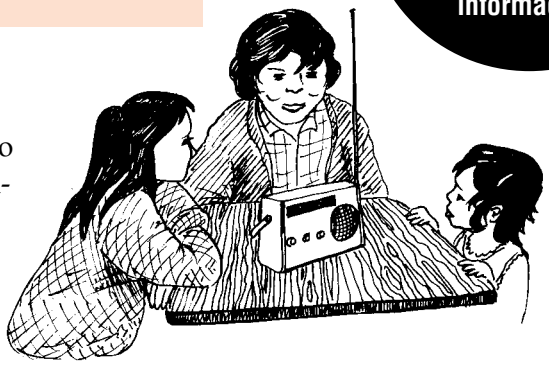
Qualquer pessoa interessada em construir este filtro pode obter instruções detalhadas através da Passo a Passo.

Prioridades de aprendizagem

PRINCIPIOS BASICOS DE COMO OS OUVINTES DE RADIO APRENDEM

Ross James

Mesmo se você não tiver a oportunidade de usar o rádio, este pontos o ajudarão a pensar sobre como comunicar novas informações



SE VOCÊ USASSE PROGRAMAS DE RÁDIO em um projecto de saúde e desenvolvimento comunitário, quais dos comentários abaixo você gostaria de ouvir por parte de um ouvinte?

- 'Agora eu sei algo sobre aquele tópico,' ou
- 'Agora eu sei como fazer uma mudança na minha vida.'

A programação de rádio funciona melhor quando damos idéias, ou 'imagens para a mente', para motivar os ouvintes a agirem. Eu ficaria desapontado se um ouvinte respondesse ao meu programa com a primeira frase. Nós precisamos ajudar os ouvintes a **aprenderem** através de programas sobre saúde – e não apenas ouvi-los.

Se o seu trabalho lhe dá a oportunidade de usar o rádio, você poderá aumentar ao máximo o seu impacto ao compreender os *princípios básicos de como os ouvintes aprendem*. Isto é o que eu chamo de *prioridades de aprendizagem* porque elas nos forçam a aprender sobre os ouvintes, para que assim possamos ajudá-los a aprender – e não apenas ouvir. Estas são algumas orientações para se planear um programa de rádio para aproveitar a sua força e reduzir ao mínimo as suas debilidades.

Associação

(O que eles já sabem em associação à nova informação?)

- Aumente a compreensão usando palavras conhecidas. Em um estudo sobre entrevistas de rádio, alguns profissionais de saúde usaram uma palavra desconhecida ou difícil a cada 17 segundos em média.
- Use provérbios, poesias ou escrituras relevantes.
- Descreva imagens conhecidas para produzir figuras convincentes na mente dos ouvintes. A idéia de uma flor que murcha por ficar sem água ilustra de maneira dramática o que acontece a uma criança com diarréia se ela não beber uma quantidade suficiente de líquidos.
- Faça com que os leitores ouçam o papel sendo amassado, a água sendo despejada e o tinido de uma colher em uma vasilha enquanto você dá instruções sobre como preparar SOR (solução oral reidratante), por exemplo. Lembre-se – em rádio nós só podemos contar com a audição. Use momentos de silêncio ou pausas, agudez de som, volume, ritmo e efeitos sonoros. Não apenas converse – use todas as oportunidades para trazer vida aos seus programas.
- Deixe o ouvinte 'ver', 'tocar', 'saborear' e 'cheirar'.
- Que informação o ouvinte precisa agora? Planeje os tópicos para que coincidam com as estações relevantes ou outros eventos durante o ano. Os ouvintes aprendem se as informações puderem ser usadas imediatamente, e não após vários meses.

Acreditável

(Pode-se acreditar e confiar nas fontes de comunicação?)

- Use como referencial as pessoas que já tenham feito o que está sendo recomendado e que possam contar as suas histórias.
- Os agentes de saúde e de desenvolvimento comunitário devem experimentar as coisas por si próprios antes de tentarem convencer os outros. Nós deveríamos ser capazes de dizer no programa de rádio: 'Eu mesmo fiz isto.'
- Se você convidar um especialista para participar como locutor, peça-lhe para falar o máximo possível sobre experiências pessoais. Um número demasiado de especialistas conversarão apenas sobre teoria ou darão informações gerais. Faça-os expressarem as suas próprias emoções.

Mudança

(Eles podem mudar o que estão fazendo agora e seguirem as recomendações?)

- O producto está disponível? Os ouvintes têm condições de comprá-lo? O serviço ou instalação, assim como uma clínica de vacinação, está aberta quando os nossos ouvintes precisam dela? A nossa reputação e a da estação de rádio será prejudicada se transmitirmos informações que não possam ser usadas.
- Faça uma sugestão alternativa se os ouvintes não puderem fazer o que é recomendado. Se os leitores não puderem obter pacotes de sais de reidratação oral, por exemplo, dê instruções sobre como podem fazer os seus próprios em casa.
- Demonstre que o que está sendo recomendado pode ser feito. O membro de um programa de saúde pediu para que um apresentador de rádio conhecido doasse sangue. A unidade de doação de sangue instalou o seu equipamento no próprio estúdio! O programa foi ao vivo! O resultado foi impressionante. Os ouvintes 'viram' do que se tratava pois o apresentador descreveu a sua experiência. Ainda mais importante foi que os ouvintes compreenderam que se o apresentador de rádio podia fazê-lo, eles também podiam.

Desejável

(Como isto pode alcançar o que eles esperam?)

Motive os ouvintes mostrando como eles podem beneficiarem-se ou alcançarem algo importante ou de valor, se usarem as informações. Uma campanha incentivou as mães a prepararem comidas nutritivas para as suas crianças, explicando como uma criança se fortaleceria para ajudar no campo e como ela se concentraria mais na escola. Os anúncios de revistas e televisão 'vendem' um benefício a ser obtido através da compra de productos como bebidas ou sabão.

É surpreendente como 'técnicas de comercialização' como estas podem ser incluídas em programas de rádio sobre saúde e desenvolvimento comunitário. Mas use-as com sensibilidade e cuidado.

Expansão

(Que outros canais de comunicação expandirão a mensagem transmitida pelo rádio?)

- Os programas de rádio precisam do apoio de meios de comunicação mais permanentes. Considere organizar e fornecer literatura ou serviços de informação, assim como aconselhamento por telefone ou clínicas. Informe os ouvintes sobre onde eles podem obter maiores informações.
- Às vezes é mais eficaz direcionar os programas às pessoas que podem influenciar aqueles que realmente queremos alcançar. Por exemplo, pode ser mais eficaz informar as **famílias** dos fumantes (fumadores) que **elas** podem influenciar os fumantes (fumadores). O aleitamento materno pode ser promovido com sucesso desafiando os maridos a mudarem as suas atitudes, incentivando e apoiando as esposas que escolherem amamentar os seus bebés ao peito.
- Quanto mais os ouvintes discutirem o que ouviram no rádio, maior é a probabilidade de que eles aprendam e mudem o seu comportamento e a sua maneira de pensar. Incentive-os a conversar com os familiares e amigos sobre o que ouviram e a agirem juntos.

Adequação

(Que programas de rádio se adequam melhor à situação?)

- Que programas incentivarão mais a aprendizagem que você deseja alcançar?
- Que tipos de programas funcionarão melhor? Entrevistas? Dramatizações? Técnicas de rádio com interação? Espaços publicitários de 60 segundos ou anúncios sobre serviços públicos? Noticiários?
- Como as mensagens principais podem ser agrupadas para formar blocos de aprendizagem?

Os princípios básicos de como os ouvintes aprendem agrupam os diversos factos que os programadores de rádio precisam aprender sobre os seus leitores. Assim eles podem ajudá-los a aprender. Não é disto que se trata um bom trabalho de campo?

DA EDITORA

ESTA EDIÇÃO agrupa uma série de idéias para ajudar as pessoas a trabalharem juntas no sentido de aumentarem a renda em uma pequena escala. Há orientações fiáveis para qualquer pessoa que esteja pensando em iniciar um micro-empreendimento. Também há contactos úteis e muitas idéias sobre novos empreendimentos. Nós tentamos nos concentrar em micro-empreendimentos que beneficiam a comunidade, ao invés daqueles que enriquecem uma só pessoa. Apesar dos artigos iniciais enfatizarem a produção de mercadorias e productos artesanais, os princípios também são úteis para outros serviços, assim como a produção de alimentos ou a provisão de transporte.

O relatório preparado por Hulme e Mosley (página 5) realça as preocupações que muitas organizações de crédito possuem sobre emprestar às pessoas que têm muito poucos recursos. No entanto, trabalhando-se em grupo, os membros providenciam uma segurança e criam melhores condições para que os micro-empreendimentos alcancem êxito.Ao invés de apenas comprarem e comercializarem, os micro-empreendimentos equilibrados devem usar materiais disponíveis localmente e valorizá-los através do processamento.

Um participante de um encontro de treinamento realizado em Jacmel, no Haiti, ficou surpreso em ouvir que a *Passo a Passo* é gratuíta para as pessoas que trabalham em desenvolvimento. E a mensagem da *Passo a Passo* sobre a participação ser a chave para o desenvolvimento, com todos tendo algum recurso para contribuir?' ele perguntou. A *Passo a Passo* **na verdade tem** um preço. Você pode pagar pela sua assinatura partilhando as informações com os seus vizinhos, amigos ou membros da comunidade ou nos escrevendo sobre as suas experiências. **Informação é poder** e ao partilhá-la, você ajuda a quebrar o círculo que mantém as pessoas pobres isoladas. Se a sua *Passo a Passo* fica em uma estante e não é lida ou usada por ninguém, passe-a para outra pessoa ou cancele a sua assinatura, para que a *Passo a Passo* possa ser enviada para uma outra pessoa.

Contribuições são sempre bem vindas, na forma de artigos ou dinheiro, para nos ajudarem a continuar com a produção da *Passo a Passo*. Na edição 37 abordaremos o assunto de levantamento de fundos para clínicas de saúde. Você tem alguma sugestão?

Isabel Carter

O Dr Ross James é um consultor da área de comunicações que trabalha para a Escola de Saúde Pública, Curtin University, Austrália Ocidental. Ele dá treinamento em várias partes da Ásia sobre o uso de programas de rádio para a promoção de saúde. O endereço dele é:
1 Chapel Court, Kingsley, WA 6026, Austrália.
Fax: 618 9309 2553. E-mail: rwjames@health.curtin.edu.au

Foto: Richard Hanson, Tearfund

Simple Marketing Skills

Produzido por ACCU (Asia/Pacific Cultural Centre for UNESCO)

Um manual simples de histórias em quadradinhos que considera a importância de se ter habilidades na área de comercialização para aumentar a renda. Ele é fácil de ser lido e é útil para discussões. Ele também pode ser usado para uma encenação de papéis. As páginas 8 e 9 desta edição são baseadas em um resumo deste manual. Ele pode ser obtida gratuitamente através do ACCU, que produz uma grande variedade de materiais úteis para leitores recém alfabetizados, incluindo um álbum seriado recentemente publicado intitulado *Giving education to our daughters for a brighter future* (*Educando as nossas filhas para um futuro melhor*).

ACCU, 6 Fukuromachi
Shinjuku-ku
Tokyo 162
Japão

Empowerment through Enterprise

Malcolm Harper

ISBN 1853393320

Este manual fornece orientações sobre como realizar um curso de treinamento de onze dias para capacitar funcionários de ONGs a ajudarem grupos que estão tentando começar os seus próprios negócios. O manual aborda as áreas de comercialização, administração financeira, negócios em grupo, crédito e gênero. O manual custa £14,95 (porte incluído) e pode ser obtido através da:

IT Bookshop
103–105 Southampton Row
London, WC1B 4HH
Grã-Bretanha

Export Marketing for a Small Handicraft Business

E Millard

ISBN 0 85598 174 1

Este é um livro publicado pela Oxfam e pela Intermediate Technology. Ele contém informações essenciais para ajudar os produtores a exportarem de maneira mais eficaz. O livro contém informações sobre como fazer e manter contatos com os clientes, como produzir mercadorias para mercados internacionais, embalagem, controle de qualidade e todas as formalidades e documentações necessárias para a exportação.

O livro custa £11,95 (porte terrestre incluído) ou £12,45 (porte aéreo expresso). Faça o seu pedido através da IT Bookshop (endereço acima).

Improve Your Business Handbook and Workbook

Editado por D E N Dickson

International Labour Office (ILO)
ISBN 922 105 3415 (3407 para o livro de exercícios)

Este é um manual prático e fácil de ser usado, repleto de informações úteis. Ele está voltado aos pequenos negócios e contém oito capítulos: compra e venda, fabricação, contabilidade, cálculo do preço de custo, comercialização, trabalho administrativo e planejamento. O livro custa £8,45 (porte incluído). Há um livro de exercícios, intitulado *Improve Your Business Workbook*, que pode ser usado com o manual e é repleto de exercícios práticos. Ele custa £5,05 (porte incluído). Ambos estão disponíveis em inglês, francês e espanhol. Faça o seu pedido através da IT Bookshop (endereço na coluna anterior).

A ILO ministra também cursos de treinamento em muitos países. Escreva para obter mais informações:

ENT/MAN, International Labour Office, 4 route des Morillons, CH-1211 Genève 27, Suíça

Guidelines to Rational Drug Use

Padre von Massow, J K Ndele e R Korte

Publicado pela Macmillan, TALC, AMREF e GTZ
ISBN 0333 69922 X

Este manual tem por objetivo fornecer uma referência rápida e abrangente aos médicos e farmacêuticos. O manual apresenta todas as variedades de medicamentos usados para tratar problemas médicos, dosagens recomendadas, medicamentos que devem ser evitados durante a gravidez, contra-indicações possíveis e também compara o custo relativo de cada medicamento. Este é um manual técnico fácil de ser usado, altamente recomendado às pessoas que receitam medicamentos.

O manual custa £9,65 (porte terrestre incluído) ou £10,65 (via aérea) e pode ser obtido através da TALC:

PO Box 49
St Albans
Herts, AL1 5TX
Grã-Bretanha

Guide Pratique

O Centro Songhaï produziu um nova série de Guias Prácticos destinados aos agricultores que vivem na região dos trópicos. Os guias são bem ilustrados e descrevem os vários estágios envolvidos na criação de peixes, na agricultura sustentável e em biogas, com muitas orientações práticas. Está disponível apenas em francês através deste endereço:

Hilaire Tokplo
Centre Songhaï, BP 597
Porto-Novo, República do Benin

Fax: +229 22 20 50
E-mail: songhai.benin@intnet.bj

Les Coopératives du Rwanda: Réconciliation et Coexistence Pacifique

O Centro de Treinamento e Pesquisa Cooperativa em Kigali, no Ruanda, produziu este manual após uma pesquisa realizada em 1996 entre os membros de 19 cooperativas, que possuem milhares de membros. Os autores enfatizam que não estão provendo soluções, mas sim pensamentos e sugestões que podem ajudar a desafiar os leitores a pensarem mais profundamente sobre este assunto desafiador. Está disponível somente em francês.

IWACU (Centre de Formation et de Recherche Coopératives)
BP 1313, Kigali
Ruanda

Fax: +250 73309

Ethique écologique et reconstruction de l'Afrique

Este livro é uma compilação de palestras dadas em uma conferência realizada em 1997. Estes são alguns dos títulos: 'Os desafios da África', 'O papel da Igreja e das ONGs cristãs no Estado na África: responsabilidade política e ecológica' e 'Religiões africanas e ecologia'. Todas as palestras são resumidas no começo, o que facilita a leitura. A introdução fala de uma nova era de esperança e renovação espiritual que se está iniciando na África, na qual será essencial compreender claramente as forças e debilidades da África e construir relacionamentos.

CIPCRE
BP 1256
Bafoussam
República dos Camarões

E-mail: cipcre@geod.geonet.de

O mundo é o seu mercado!

Tearcraft

Você conhece a Tearfund, mas você já ouviu falar sobre a Tearcraft? Esta é o setor comercial da Tearfund, o qual compra artigos de 30 grupos fabricantes de produtos artesanais em 15 países ao redor do mundo. Mostrar as Boas Novas às pessoas pobres de uma maneira prática é uma parte essencial de seu ministério. 'O crescimento da Tearcraft foi acompanhado pelo aumento da nossa preocupação em comprar artigos de produtores que pagam salários justos e fornecem boas condições de trabalho e benefícios,' diz Stephen Thomas, Gerente Comercial.

A Tearfund ajuda os produtores locais a adaptarem produtos artesanais tradicionais de suas regiões – tais como cerâmica, tecelagem ou produtos de madeira – para o mercado da Grã-Bretanha. 'Nós precisamos desenvolver novos produtos, descobrir novos compradores, competir de uma maneira comercial – mas sempre mantendo a filosofia de justo comercialização,' diz Elgin Saha, Diretor da HEED Handicrafts, de Bangladesh.

Os produtos da Tearcraft são vendidos na Grã-Bretanha e na Irlanda através de um catálogo de compras por correio. Entre em contato com o Departamento Comercial (Trading Team) da Tearfund (endereço na última página).

Fax: +44 181 943 3594
E-mail: trading@tearfund.dircon.co.uk.

Ten Thousand Villages

O programa Ten Thousand Villages (Dez mil Povoados) coloca no mercado norte-americano produtos artesanais que são comercializados de maneira justa, proporcionando uma renda justa às pessoas do Terceiro Mundo em mais de 30 países. O Ten Thousand Villages é um programa sem fins lucrativos do Comitê Central Menonita, com mais de 50 anos de experiência de trabalho com grupos envolvidos em micro-empresas.

Rakesh é o fundador e Diretor da Archana Handicrafts, na Índia, o maior grupo envolvido com o Ten Thousand Villages em termos de vendas. *Archana* significa *algo de verdade e beleza* em sânscrito. Este é um négocio privado, comprometido em ajudar os indianos ao incentivar, desenvolver e vender os seus produtos artesanais tradicionais. A Archana está comprometida com o bem estar dos seus trabalhadores e ajuda muitos artesão no contato que eles possuem com os bancos, na preparação dos modelos, em treinamento e gerenciamento.

Rakesh acredita muito em aprender sobre a situação local e descobrir maneiras de trabalhar, desenvolvendo encontros de treinamento com famílias, ao invés de usar o modelo de uma grande fábrica. De acordo com Rakesh, fazer as coisas em uma escala pequena incentiva as famílias a ficarem nos seus lares tradicionais, terem flexibilidade na sua ocupação, atenderem a outras obrigações familiares e atingirem sua meta principal, que é a melhoria das suas casas. 'As mudanças podem ser lentas, mas as famílias se sentem responsáveis pelos resultados.' Rakesh sempre diz aos trabalhadores: 'Se vocês fabricarem um bom produto e aprenderem como serem bons negociantes, as pessoas vão procurá-los. Vocês não precisam ir às grandes cidades.' Rakesh tem visto as recompensas de manter a fabricação de produtos artesanais dentro dos povoados ao ver uma segunda geração passando a fazer parte das oficinas de produção. 'Veja só', diz ele, 'estas pessoas trabalharam em suas próprias casas e, agora, a próxima geração ainda permanece aqui. Elas não correram para as cidades em busca de empregos – algo que geralmente é inútil.'

Uma contribuição de Larry Guengerich, Coordenador de Mídia da Ten Thousand Villages.
Archana Handicrafts, 704 Main St, PO Box 500, Akron PA 17501-0500, EUA.
Fax: (011) 91-11-301-2845 ou E-mail: lrg@mcc.org

ESTES TAMBÉM são outros contatos úteis para aqueles que desejarem vender os seus produtos no exterior.

A CBC fornece informações e treinamento e estabelece acordos comerciais com dez países ao redor do mundo.

The Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBC)
PO Box 30009
3001 DA Rotterdam
Holanda

Fax: +31 10 4114081

Traidcraft Exchange
Kingsway
Gateshead
Tyne and Wear
NE11 0NE
Grã-Bretanha

Fax: +44 191 4822690

ESTUDO BÍBLICO

A indústria caseira

Milton Espinel

TODAS AS FAMÍLIAS desejam prosperidade e progresso. Podemos aprender muito através do exemplo da família em Provérbios 31:10-31.

Planejando antecipadamente Ganhar uma recompensa por trabalhar honestamente é um princípio bíblico (v11). São necessárias matérias-primas, (v13) mão-de-obra (neste caso dela própria) e conhecimento sobre o que produzir (roupas de linho, neste caso). A comercialização de mercadorias (v14, 24) pode envolver muitos esforços, assim como viajar grandes distâncias em busca de bons clientes.

Investindo o lucro No v16, lemos como o trabalho da mulher produz lucro, o qual ela investe sabiamente em terras e vinhas. Deduzimos que a sua mão-de-obra precisará aumentar, produzindo mais trabalho e lucros. Ela busca maneiras de expandir o seu negócio. No v19, lemos como ela começa a tecer com lã.

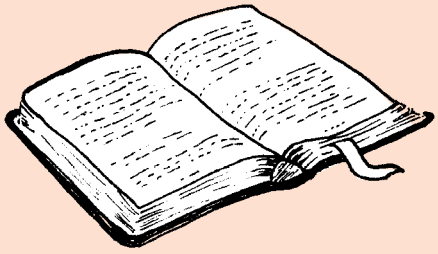
Gerenciamento O v18 sugere que ela está no controle, com bons sistemas de gerenciamento.

Produção O que os clientes da mulher pensam sobre o trabalho que ela realiza e a sua qualidade? (v11, 25, 28, 29). Quais são os resultados práticos do trabalho que ela realiza relacionado com os seus negócios? (v16, 19, 22, 24, 25).

Perguntas para discussão

- *Qual é o papel da direção de Deus em um pequeno negócio? (v30)*
- *O que deve ser feito com o lucro? (v16, 20)*
- *Como ela trabalha?*
- *Como as pessoas que a rodeiam, vêem as atividades que ela realiza?*

Esta mulher é um exemplo de que qualquer pessoa pode administrar um pequeno negócio com êxito. Ela é uma mulher de negócios que



trabalha arduamente e pensa de maneira clara, que traz benefícios ao seu marido e à sua família. Ao aprendermos através dos vários artigos nesta edição, podemos ver que esta mulher colocou em prática todas as suas recomendações!

Milton Espinel é um coordenador de educação da Alfalit, Apdo 3577, Cali, Colômbia. Ele tem visto que esta passagem bíblica tem sido uma grande benção para aqueles com quem ele a tem partilhado.

Você trouxe um doko vazio?

Martha Carlough

O QUADRO DE PESSOAL de saúde comunitária do Projecto de Saúde de Okhaldhunga, administrado pela 'United Mission to Nepal' (Missão Unida ao Nepal) começou um trabalho novo em quatro povoados no ano passado. Estes povoados foram escolhidos cuidadosamente, de acordo com o equilíbrio entre as necessidades e os recursos existentes nas comunidades.

O que estávamos oferecendo?

Durante um período de nove meses, nós passamos muito tempo nos esforçando para conhecer as comunidades, usando métodos de avaliação rural participativa (ARP). Pequenas equipes de funcionários trabalharam em cada povoado: mapeando os recursos, ordenando as necessidades por prioridades, entrevistando informantes e criando entrosamento com a comunidade. Nós conseguimos muitas informações. Nós ajudamos os moradores dos povoados a reconhecerem as suas próprias forças. Os membros das comunidades pareciam entusiasmados e comprometidos a trabalharem connosco. No entanto, quando eu participei em uma cerimônia de encerramento, onde os resultados da ARP estavam sendo partilhados, uma mulher do povoado me perguntou por que havíamos trazido um *doko* (cesto) vazio para o seu povoado. Assim como aqueles que haviam pesquisado em outros lugares, nós também estávamos apenas enchendo os nossos próprios cestos e cadernos? O que estavamos oferecendo para fazer uma diferença no povoado e por que não deixamos isto claro desde o começo?

O que nós queríamos?

Seguindo os princípios básicos da ARP, os nossos funcionários tinham tentado, arduamente, não dominar o processo de ordenação de prioridades e planeamento. Nós ouvimos os moradores dos povoados, recolhemos dados e organizamos idéias. Mas enquanto estávamos fazendo isto, nós não conversamos claramente sobre o que estávamos tentando fazer e como poderia ser o futuro da parceria entre o pessoal de saúde comunitária e o povoado. Nós havíamos trazido apenas um *doko* vazio. Participação é muito mais do que um conjunto de ferramentas ou um processo democrático de capacitação. Participação é parceria. Todos nós chegamos com programas de trabalho que precisam ser esclarecidos, discutidos e estarem abertos às mudanças, ao darmos as mãos para trabalharmos com as comunidades.

Foto: Greenleaf

Um doko é um cesto nepalês tradicional.

A avaliação rural participativa se tornou um componente chave para todos os tipos de trabalho de desenvolvimento. Ela é um selo de aprovação de que o trabalho provém das bases, é democrático e gera capacitação. Porém, os programas de actuação continuam sendo desenvolvidos fora das comunidades com freqüência e a ARP serve para identificar expectativas que não podem ser atendidas dentro das limitações do quadro de funcionários e do financiamento dos programas para os quais trabalhamos.

Os interesses de Jesus

Como cristãos na área de desenvolvimento, nós temos idéias e interesses. Nós não podemos fingir o contrário. Jesus Cristo tinha idéias e interesses ao lidar com as pessoas. Ele atendia a suas necessidades que elas tinham – com a cura física, alimentos e água, palavras para crescimento pessoal – mas o seu interesse maior era levá-las à salvação. Jesus practicou ARP ao capacitar as pessoas a reconhecerem as suas próprias necessidades e dons e formarem parcerias com Ele. Ele realizou diagnósticos sobre a comunidade e determinou onde e quando as Suas palavras seriam usadas de maneira mais eficaz – no mercado, na sinagoga, ao lado do lago. Ele não ofereceu um *doko* vazio e nós também não devemos fazer isto. Seria sábio seguir o exemplo de Cristo, sendo abertos sobre o que acreditamos e o que podemos oferecer. O nosso desafio como cristãos envolvidos em saúde e desenvolvimento e engajados em trabalho participativo, é sermos claros sobre o que acreditamos e podemos oferecer e, ao mesmo tempo, atender às necessidades, identificar pontos fortes e formar parcerias com as comunidades para criar mudanças sustentáveis.

Martha Carlough é a Diretora do Projecto de Saúde Okhaldhunga. O endereço dela é: United Mission to Nepal, PO Box 126, Kathmandu, Nepal.

Publicado pela: Tearfund, 100 Church Rd, Teddington, TW11 8QE, Grã-Bretanha

Editora: Isabel Carter, 83 Market Place, South Cave, Brough, East Yorkshire, HU15 2AS, Grã-Bretanha

TEARFUND